**Identificación de Clientes por Defecto**

Definitivamente no existe manera de realmente poder predecir con completa certeza si un cliente va a pagar su crédito o no, ya que existen miles de factores que podrían intervenir en cualquier momento que esto no se lleve a cabo, pero por medio del modelo que hemos desarrollado intentamos predecir con un alto nivel de precisión a esta interrogante. Para dar con este resultado, se han utilizado el historial de pago de los consumidores como las características principales a analizar. Esto quiere decir que a los clientes que soliciten un préstamo, se les hará un estudio de su estado de cuenta e historial de pago para saber si este aplica o no para el crédito. Con esto podremos filtrar a los clientes que generen utilidades para la empresa y rechazar a los que hagan lo contrario. Se espera que este programa tenga éxito ya que fue hecho con base en los mismos datos de la empresa, lo que generar confianza al saber que será aplicado en la misma.

El modelo creado ha dado con un alto número de confianza con respecto a la predicción que se desea obtener, esto nos garantizaría al menos un 70% de probabilidades de acierto al momento de aprobar los créditos. Para dar con el mejor resultado, se procesó la data de la mejor manera, se compararon 3 modelos para elegir el que diera números de importancia.

Al analizar la data, se han encontrado diferentes conclusiones con respecto al pago por defecto de los créditos, la mayoría de los consumidores tienen una edad entre los 27 a 40 años. Una gran cantidad de deudores tienen un grado escolar universitario. Con respecto al estado civil, los números son parecidos pero con inclinación hacia los solteros. Otro dato relevante es que las mujeres dominan los números en relación a de que no entran por defecto. Un perfil clásico de deudor sería una mujer de 30 soltera y de grado universitario.

Con el presente modelo que se cuenta se puede comenzar a trabajar con más confianza hacia el futuro, sin embargo, este puede ser mejorado con el tiempo, recolectando mayor cantidad de datos posibles que lleguen a influir en el modelo final. Sera importante verificar con que otros datos contamos o se podrían comenzar a extraer de ser necesario.  
En un futuro se podría hacer un análisis similar a este pero para determinar cuál es el monto óptimo a prestar a un consumidor según su perfil.   
Además, se puede implementar más técnicas de Análisis de Datos para resolver otras problemáticas en la compañía para aumentar las utilidades.

